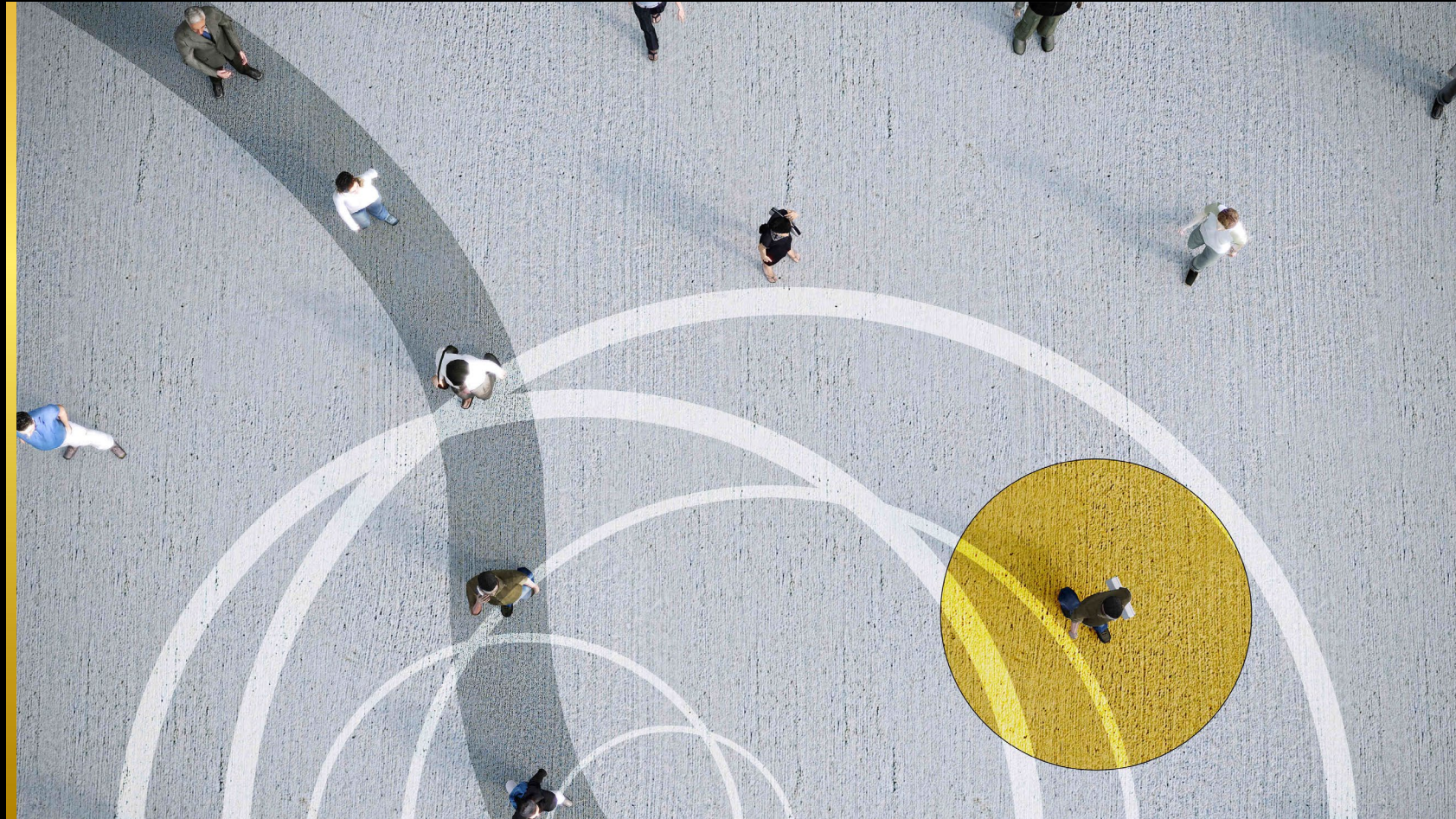


Mediemätaren Hur politik diskuteras i media

Januari – april 2023

Ulla von Lochow, Kantar Public



Därför gör vi Mediemätaren – en pågående analys sedan 2017

Demokrati handlar om att lyssna

Vi på Kantar Public pratar mycket om att lyssna för att förstå människor. Det är vad demokrati handlar om och det är vad som krävs för att förändra samhället.

Medier, både sociala och redaktionella, har en enorm betydelse för medborgarnas förståelse för den politiska makten. Vad som lyfts och glöms bort, hur partier och händelser vinklas påverkar vad vi röstar på. Och om vi alls röstar.

Guldgruvan för dig som vill förstå

Mediemätaren är en guldgruva för den som är intresserad av samspelen mellan människor, politik och medier.

I flera decennier har Kantar Public analyserat hur sociala och redaktionella medier påverkar den bild allmänheten får av företag, myndigheter, organisationer och partier. Vi ger förklaringar till hur media påverkar anseende, tillit och möjligheter att kommunicera i olika frågor. Mediemätaren är ett resultat av den kunskap vi byggt.

Ett samarbete med SR Ekot

Sedan 2017 gör vi Mediemätaren i samarbete med SR Ekot. Varje rapport baseras på runt en miljon inlägg och artiklar i sociala och redaktionella medier. Vi analyserar allt som nämner riksdagspartierna eller deras partiledare.

Datainsamlingen för talade medier hjälper All Ears oss med.

sveriges **SR**radio 

Innehållsförteckning

1. Mediemätaren på två minuter
2. Sakfrågorna som dominerar den politiska debatten i media
3. Partier och partiledare som syns mest i media
4. För dig som inte kan få nog

Mediemätaren
på två minuter

Sällan har vi upplevt partierna som så frånvarande i media

Mediemätaren januari – april 2023

Allt tuffare ekonomiska tider, en statsminister med tydligt fokus på omvärlden, ett partiledarbyte efterföljt av dalande opinionssiffror och en allmänhet som aldrig upplevt partierna som så frånvarande från den offentliga debatten som nu. Där har ni bilden som framträder i Mediemätaren när vi sammanfattar den politiska debatten i sociala medier och nyhetsmedier januari till april 2023.

I den här Mediemätaren [fördjupar](#) vi oss i temat ekonomisk kris och politikens närvaro i den krisen. Vi tittar närmare på hur framträdande ekonomin är i och utanför den politiska debatten i media.

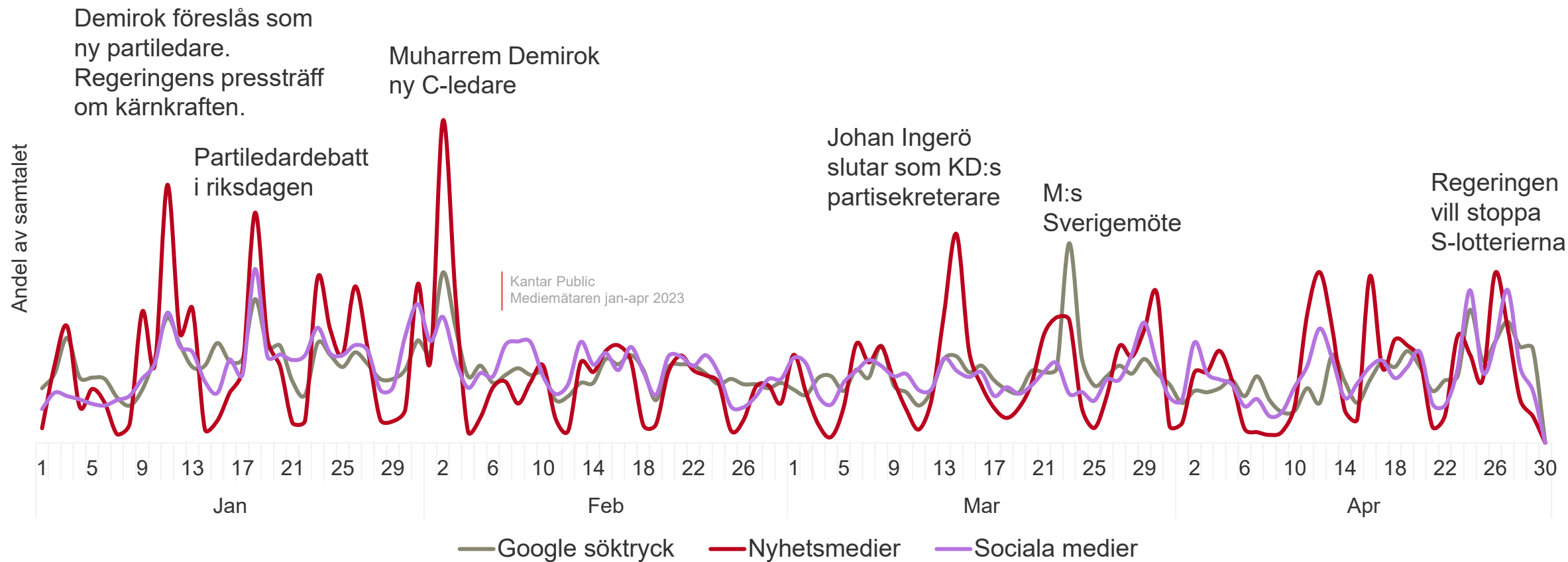


För den som vill gräva sig djupare i de sakfrågor som dominerat den politiska debatten i media, hoppa [hit](#). Här sätter vi sakfrågorna i relation till vilka frågor som allmänheten ser som viktigast. Ett bra avstamp för den som funderar på kopplingen mellan nyhetsvärdering, partiernas mediala agendor och representativitet.

[Partierna och partiledarna](#), hur syntes de då? Vi tittar närmare på vilka som syntes mest i media – och vilka allmänheten uppfattade att de såg.

Muharrem Demirok bakom flera stora nyhetstoppar

Intressetopparna i den politiska världen

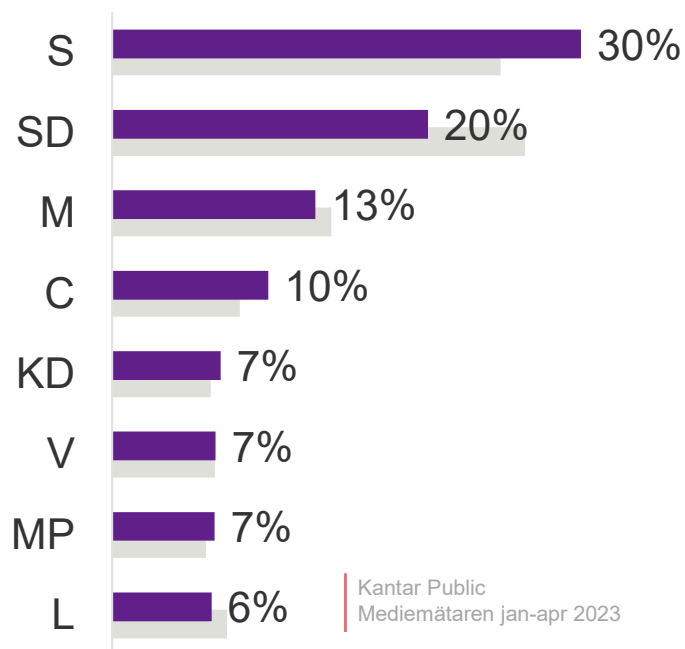


Lag och ordning, S och Ulf Kristersson mest framträdande i media

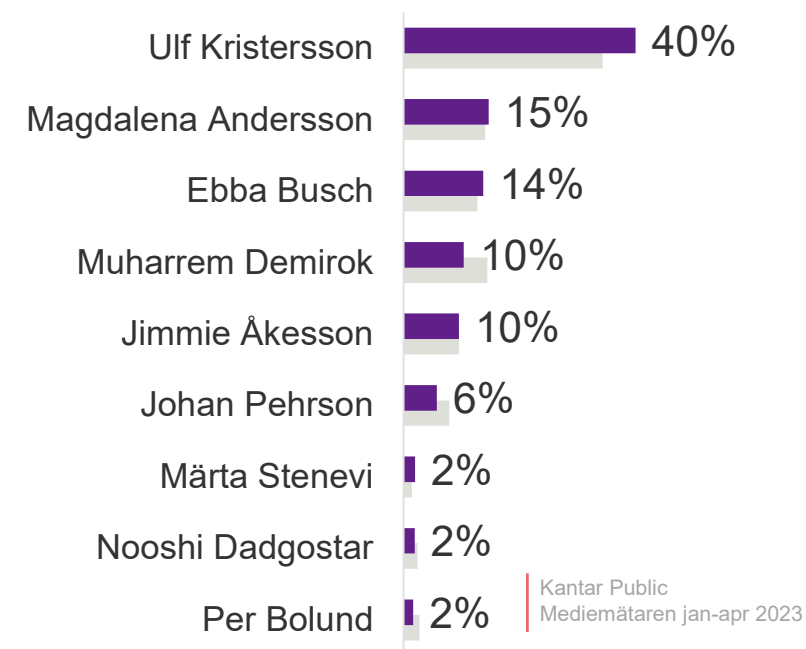
Största ämnen i den politiska debatten i media

1. Lag och ordning (1)
 2. Migration och integration (5)
 3. Utrikespolitik (4)
 4. Försvar och beredskap (13)
 5. Miljö och hållbarhet (6)
 6. Valrörelse och partiledardebatter (2)
 7. Energi (3)
 8. Näringslivspolitik (9)
 9. Utbildning (11)
 10. Ekonomi (7)
- Kantar Public
Mediemätaren jan-apr 2023

Partiernas synlighet i media



Partiledarnas synlighet i media



Mediekanaler som ingår är dagstidningar, nyhetssajter, radio, tv, poddar, Youtube, Facebook och Twitter
Grå staplar och siffror avser föregående mätperiod (18 okt-31 dec 2022).

Sakfrågorna som
dominerar den politiska
debatten i media

Energifrågor mer i fokus i sociala medier – försvarsfrågor i nyhetsmedier

Sakfrågor: Hur skiljer sig nyhetsmedier från sociala medier?

Största sakfrågorna i nyhetsmedier

1. Lag och ordning
2. Utrikespolitik
3. Migration och integration
4. Försvar och beredskap
5. Miljö och hållbarhet
6. Ekonomi
7. Energi
8. Näringslivspolitik
9. Sysselsättning och arbetsmarknad
10. Utbildning

Kantar Public
Mediemätaren jan-apr 2023

Största sakfrågorna i sociala medier och poddar

1. Lag och ordning
2. Migration och integration
3. Utrikespolitik
4. Energi
5. Utbildning
6. Miljö och hållbarhet
7. Näringslivspolitik
8. Sjukvård
9. Sysselsättning och arbetsmarknad
10. Försvar och beredskap

Kantar Public
Mediemätaren jan-apr 2023



Mediekanaler som ingår för nyhetsmedier är dagstidningar, nyhetssajter, radio och tv.
I sociala medier och poddar ingår Youtube, Facebook, Twitter och poddar.

Lag och ordning, migration och utrikespolitik dominerar inledningen av 2023

Sakfrågorna som dominerade den politiska debatten i media

- **Lag och ordning** är återigen det största ämnet i den politiska debatten i såväl nyhetsmedier som sociala medier. Gångkriminalitet, både kopplat till eskalerande våld och S i Botkyrka, samt snippadomen är några framträdande teman.
- **Migration** är periodens näst största sakfråga sammanvägt, men som vanligt är den större i sociala medier än i nyhetsmedier. Mycket av samtalet kan kopplas till olika punkter i Tidöavtalet. Störst genomslag får dock Murhaf Hamids försäljning av majblommor, något som gör migration till det klart största ämnet i april.
- **Utrikespolitik** hamnar på plats tre. Den här perioden är ämnet starkt kopplat till **försvarspolitik** men också religion och ordförandeskapet i EU. Relationen till Turkiet i allmänhet och koranbränningen i synnerhet dominerar. Värt att notera är att försvarsfrågan ges klart mer utrymme i nyhetsmedier jämfört med sociala medier.
- **Miljö och hållbarhet** får ungefär samma utrymme som tidigare i nyhetsmedier, men tappar i sociala medier. Störst är ämnet i april kopplat till plastpåseskatten och klimatdebatten i riksdagen.
- **Ekonomi** tappar i både nyhetsmedia och sociala medier. Ämnet går förvisso in i många andra sakfrågor, såsom energi, sysselsättning och näringslivspolitik, och ökar dessutom rejält i slutet av perioden. Samtidigt ser vi att denna debatt är betydligt mer i fokus i mediedebatten utanför det politiska samtalet. Vi återkommer till ekonomin [längre fram](#) i rapporten.
- **Energi** tappar tydligt i medieutrymme under perioden. Störst är debatten i januari men avtar därefter kraftigt när elpriser sjunker och elstödet börjar betalas ut.
- **Näringslivspolitik** får ungefär samma utrymme i den politiska debatten som tidigare. Mycket handlar om elstöd till företag och en i diverse sammanhang mycket synliga näringsministern, men också gruvnäringen och företag som kommenterar regeringens klimat- och energipolitik tar plats.
- **Utbildning** fortsätter att vara en större fråga i sociala medier än i nyhetsmedier. Som vanligt handlar mycket om friskolorna men även skolornas ekonomiska situation och pressade familjer där barnen äter mer skolmat står i fokus.

Migration och utrikespolitik sticker ut i media – lag och ordning stort i båda

Sakfrågor: Hur skiljer sig medieagendan från vad allmänheten prioriterar?

Vi rågar regelbundet allmänheten vilka politiska frågor de tycker är viktigast. Mediemätaren ger oss en unik möjlighet att jämföra allmänhetens prioritering med vilka frågor som ges mest utrymme i det politiska samtalet i media. Skillnaderna mellan opinion och medieagenda utgör ett intressant avstamp för en diskussion om nyhetsvärdering, partiernas mediala agendor och representativitet.

Hur ser då skillnaderna och likheterna ut? Under perioden ser vi en tydlig skillnad mellan hur allmänheten värderar ekonomi gentemot hur stor plats den får i den politiska debatten i media, vilket vi återkommer till på [nästa sida](#). Flera andra skillnader är också intressanta att notera:

- Sjukvård prioriteras väsentligt lägre i media, bland väljarna brukar frågan nästan alltid ligga i topp. Endast under pandemins första år fick den en liknande prioritering i den politiska debatten.
- Migration och integration faller för första gången på länge bort från tio-i-topplistan bland allmänhetens viktigaste frågor. I den politiska debatten i media är frågan dock fortsatt mycket stor.
- Även försvar och utrikespolitik har en väsentligt mer framträdande roll i media jämfört med väljarnas agenda.

Största sakfrågorna i den politiska debatten i media

1. Lag och ordning
2. Migration och integration
3. Utrikespolitik
4. Försvar och beredskap
5. Miljö och hållbarhet
6. Energi
7. Näringslivspolitik
8. Utbildning
9. Ekonomi
10. Sysselsättning och arbetsmarknad

När vi frågar allmänheten vilka sakfrågor de prioriterar

1. Sjukvård
2. Lag och ordning
3. Landets ekonomi
4. Utbildning
5. Energi
6. Miljö och hållbarhet
7. Din egen ekonomi
8. Inflation/prisökningar
9. Försvar
10. Äldreomsorg

Kantar Public
Mediemätaren jan-apr 2023

Mediemätaren största sakfrågor: dagstidningar, nyhetssajter, radio, tv, poddar, Youtube, Facebook och Twitter.
Allmänhetens viktigaste frågor: Sifopanelen, 1002 intervjuer, april 2023. "Vilken eller vilka politiska frågor är viktigast för dig just nu?" Observera att det finns en viss skillnad i kategoriseringen av sakfrågor

Ekonomisk kris med fokus på inflation – Nooshi Dadgostar mest profilerad

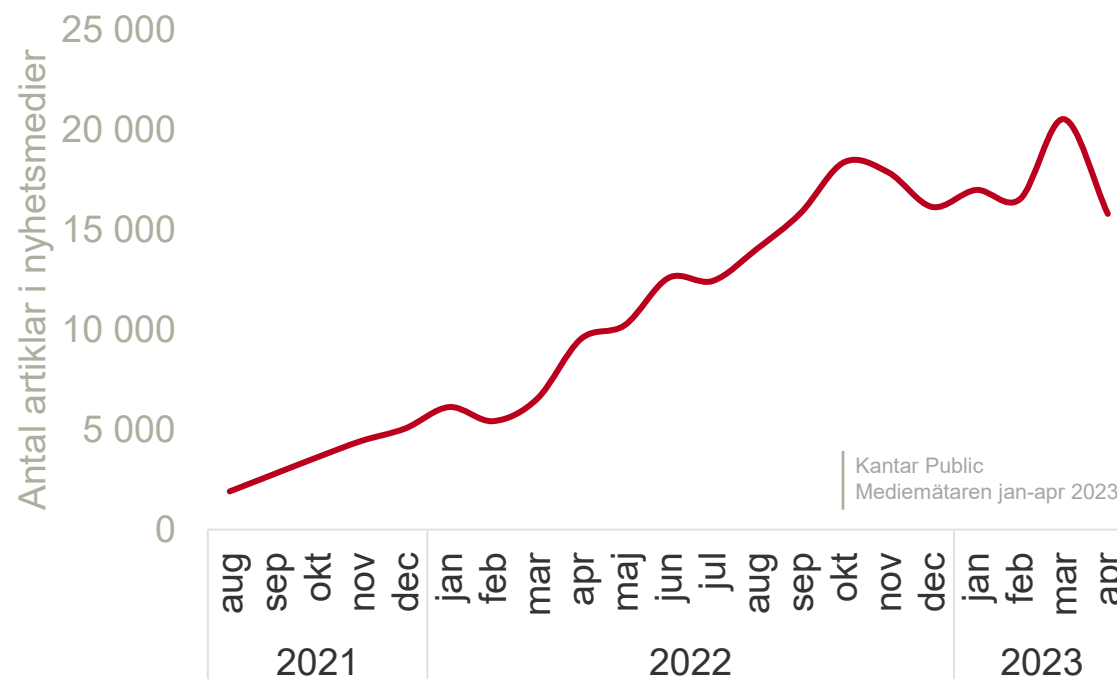
Fördjupning: Ekonomin i debatten i media

I de ständiga krisernas decennium, gör vi här en fördjupning inom det ekonomiska området. I april [svarar drygt hälften av svenskarna](#) att de har fått en sämre ekonomi de senaste 12 månaderna. Landets ekonomi avancerar till den tredje viktigaste politiska frågan för allmänheten samtidigt som den egna ekonomin är den fråga som ökar snabbast.

På vilket sätt avspeglar sig då detta i den mediala rapporteringen?

- Om vi blickar utanför den politiska debatten och ser på all nyhetsrapportering i media har referenserna till inflation vuxit med flera hundra procent sedan sommaren 2021. Toppen nåddes i mars i år med den stora matprisdebatten.
- I Mediemätaren, där fokus enbart ligger på den politiska debatten, är inte ekonomi lika framträdande. Framför allt syntes frågan begränsat under årets två första månader. Totalt hamnar frågan på plats nio bland sakfrågorna. Av partiledarna profilerar sig Nooshi Dadgostar tydligast, minst profilerade är Muharrem Demirok och Ulf Kristersson.
- Statsministern syns dock avsevärt mer i samband med utrikes- och försvarspolitik. Det bidrar till att dessa båda frågor är betydligt mer framträdande i Mediemätaren än deras position bland väljarna.

Referenser till inflation i nyhetsmedier



Grafen omfattar allt som skrivits i svensk nyhetsmedier om inflation, den är därmed vidare än Mediemätaren där kriteriet är att ett parti eller en partiledare även måste nämnas.

Allmänheten upplever partierna som frånvarande – fokus på ekonomi spelar in

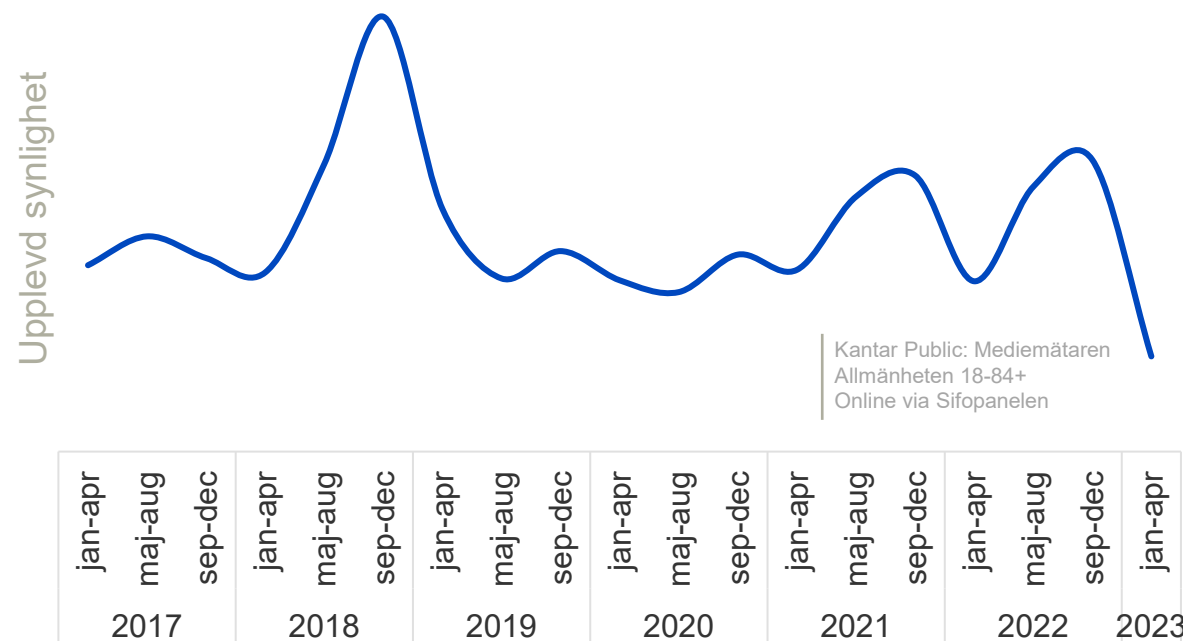
Fördjupning: Ekonomin i debatten i media

- Slående och värt att notera denna period, är hur lite allmänheten upplever sig ha sett partierna i media. Kantar Public har under många år ställt frågan till allmänheten om vilka partier de upplever sig ha sett i nyhetflödet – aldrig har siffran varit så låg som nu.
- Detta trots att volymerna i Mediemätaren inte indikerar en ovanligt sparsam politisk debatt i media. Partierna syns inte ovanligt lite, men vi upplever dem som frånvarande.
- Dessutom upplever allmänheten partiernas mediebild som mer negativ än normalt. Även här visar våra mätningar en bottennotering.

Varför upplever då allmänheten politikerna som så frånvarande? En förklaring är nog att perioden innehåller ovanligt lite politisk turbulens, det brukar fånga allmänhetens uppmärksamhet. En annan möjlighet är att partierna faktiskt inte pratar vidare mycket om det som för många är viktigast just nu: ekonomin.

Kanske kommer vi att se en större politisk närvaro i denna fråga om vi går in i en lågkonjunktur där konkurser och arbetslöshet ökar. Ett ämne att återkomma till i nästa rapport.

Hur ofta upplever allmänheten sig ha sett partierna i media?



Grafen illustrerar ett genomsnitt för samtliga partier.
"Vilka av partierna har du nyligen sett, läst eller hört om i flödet av nyheter?"

Partier och partiledare
som syns mest i media

S mer framträdande i oppositionsroll än M – synlighetsutmaning för V och MP

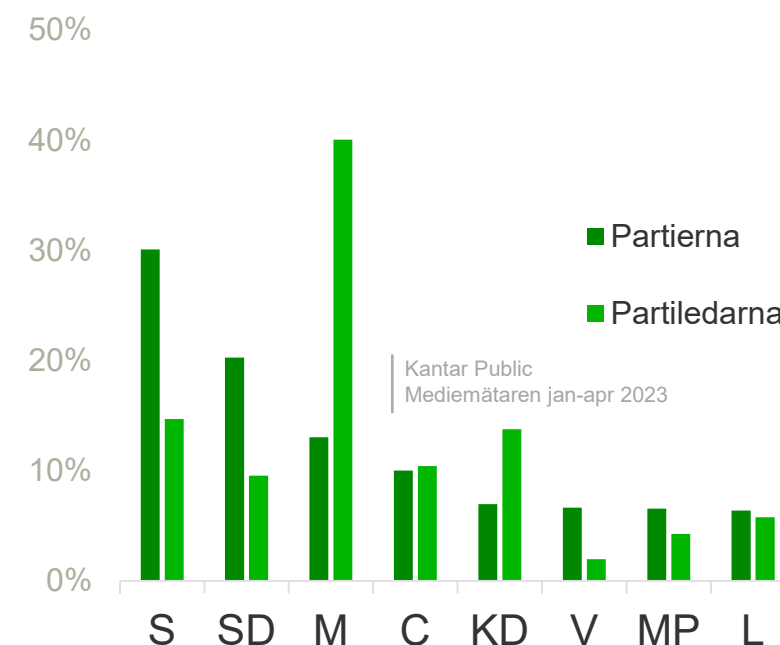
Partierna och partiledarna som syns mest i media

Vi har nått en bit in i Tidöpartiernas första mandatperiod och kan börja se hur partierna och partiledarna figurerar i media sedan rollerna blivit ombytta. Hur ser det då ut?

- S toppar som det absolut mest omskrivna partiet. Jämfört med när M var ledde oppositionen syns S dubbelt så mycket. Delvis naturligt, då S är ett större parti.
- Magdalena Andersson nämns klart mindre än sitt parti, men något mer än Ulf Kristersson gjorde som oppositionsledare. Samtidigt är det värt att betona att han ökar sin synlighet jämfört med slutet 2022 och att M delvis blir synonymt med "regeringen".
- SD figurerar i en klart större andel av den politiska debatten än när man satt i opposition, framför allt i nyhetsmedier. Detsamma gäller dock inte Jimmie Åkesson som snarare syns något mindre än tidigare.

- Att C syns så mycket beror främst på medieintresset kring partiledarbytet. När Muharrem Demirok väl är vald sjunker C in i medieskugga. Partiet tappar i placeringar samtidigt som opinionssiffrorna viker nedåt.
- Ebba Busch omnämns tydligt mer än normalt, mycket relaterat till elstödet och turerna kring Sara Skyttedal och Johan Ingerö. Det senare är främsta skälet till att KD ändå syns så mycket som man gör.
- V, MP och L samt deras partiledare syns alla begränsat i media under perioden. Johan Pehrson får en viss knuff uppåt i exponering av sin roll som minister, framför allt syns han mer i slutet av perioden.
- Nooshi Dadgostar och språkrören för MP fortsätter att ha en synlighetsutmaning.

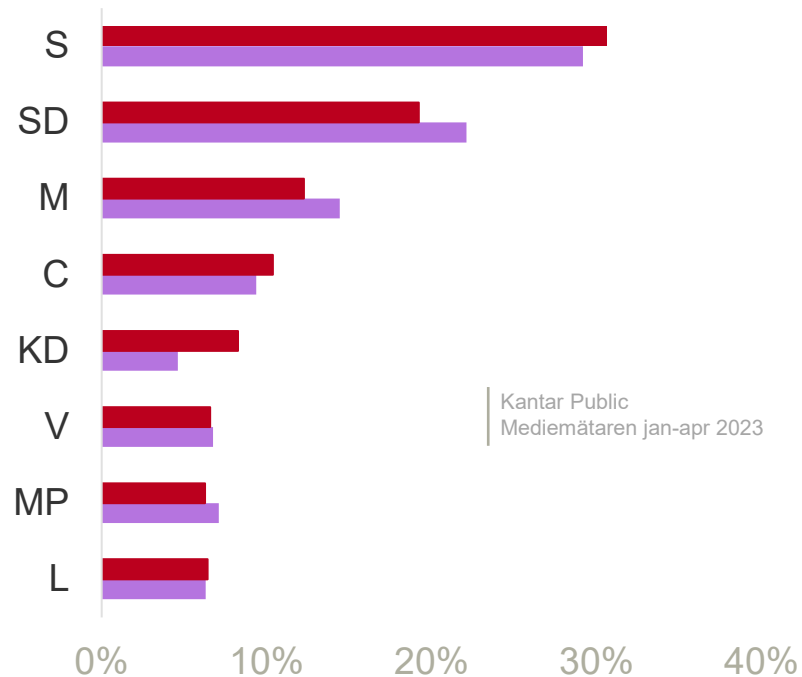
Partiernas och partiledarnas utrymme i media, totalt



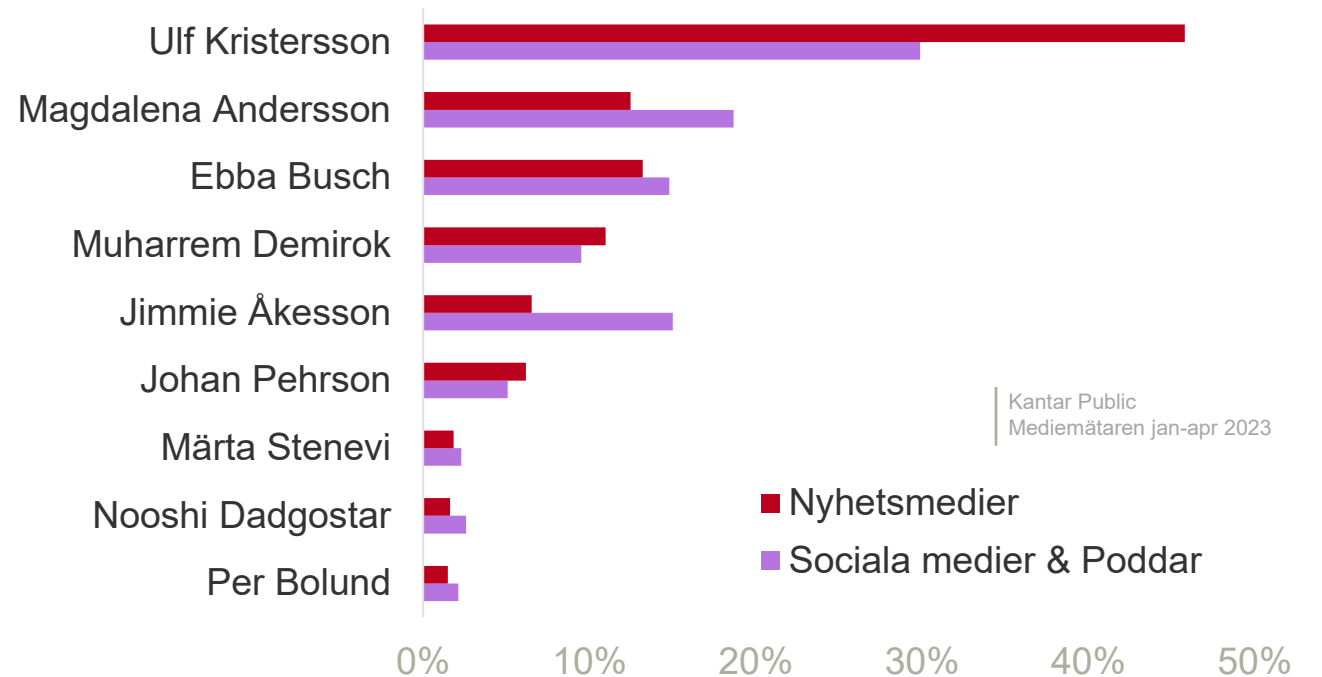
Språkrörens mediegenomslag är här summerat i en stapel

Stor kontrast i Kristerssons och Åkessons närvaro i nyhets- och sociala medier

Partierna



Partiledarna



Ovanligt negativt för många partier – överlag syns mindre partier ovanligt lite

Hur uppfattar väljarna partiernas närvaro i media?

Media är ofta den viktigaste kontaktytan som partier har till sina väljare. Därför frågar vi allmänheten varje månad sedan 2017:

1. Vilka av partierna har du nyligen sett, läst eller hört om i flödet av nyheter?
2. Av det som du har sett, läst eller hört, var det övervägande positivt eller negativt?

Resultatet för perioden ser vi till höger. Det är alltså inte en spegling av den faktiska mediebildens, utan hur väljarna upplever den. Bilden visar också resultaten utifrån en "normal" bild av respektive parti, inte faktisk position för partierna. Att betrakta mediegenomslag ur detta perspektiv ger värdefulla insikter om olika händelsers genomslag eller brist på genomslag.

Flera faktorer spelar in. Att synas i frågor som många väljare bryr sig om ökar den upplevda närvaron. Samma effekt får skandaler och konflikter, en stark tv-närvaro, en synlig partiledare samt proaktiva utspel. Att ofta refereras till, utan att själv ha en framträdande roll, skapar däremot liten hågkomst bland väljarna.

Väljarna upplever sig ha sett partiet i media



Mindre än normalt



Normalt



Mycket mindre än normalt



Mindre än normalt



Mycket mindre än normalt



Mycket mindre än normalt



Mindre än normalt



Mycket mindre än normalt

– och hur de upplever att tonen mot partiet har varit

Mycket mer negativ än normalt

Mycket mer negativ än normalt

Mer negativ än normalt

Mycket mer negativ än normalt

Normalt

Mycket mer positiv än normalt

Mycket mer negativ än normalt

Mer negativ än normalt

Kantar Public
Mediemätaren jan-apr 2023

Negativ mediebild för många partier - bara S upplevs ha en fördelaktig ton

Hur uppfattar väljarna partiernas närvaro i media?

Låt oss också titta lite närmare på hur väljarna upplever tonen för partierna i media. På föregående sida illustrerades huruvida allmänheten upplever tonen som mer positiv eller mer negativ än normalt för ett *enskilt* parti. På den här sidan ställer vi partiernas ton mot varandra.

Vad påverkar allmänhetens svar här? Först och främst är det givetvis faktiska nyheter; skandaler, rekordnoteringar i opinionen och kritik mot reformförslag som vi ser får tydlig effekt på hur väljarna uppfattar tonen i media. Det finns också annat som påverkar, såsom den övergripande medieagendan och hur många väljare som uppger sig ogilla ett parti.

Allmänhetens upplevelse av hur partierna framställs i media



Om undersökningen

Metod

- Undersökning: Kvantitativ
- Metod: Natural Language Processing, Röst-till-text-konvertering och boolesk sökteknik
- Mätperiod: 1 januari – 30 april 2023
- Antal analyserade texter: 1 115 000
- Kanaler: Tidningar, nyhetssajter, radio, tv, poddar, Facebook, Twitter och Youtube.
- Det totala mediegenomslaget är viktat utifrån de olika kanalernas betydelse med utgångspunkt i bland annat Orvesto Konsument.
- Läs mer om metoden [här](#).

Syfte

Mediemätaren är en guldgruva för den som är intresserad av samspelet mellan människor, politik och medier.

Kantar Public har i över ett decennium analyserat hur sociala och redaktionella medier påverkar bilden allmänheten får av myndigheter, partier, organisationer och företag. Vi ger förklaringar på hur media påverkar anseende, tillit och möjligheter att kommunicera i olika frågor.

Den här rapporten utgör bara en del av alla de insikter Mediemätaren ger. Fler hittar du i [Sveriges Radio Ekots](#) rapportering eller genom att kontakta oss.

Kontakta gärna mig



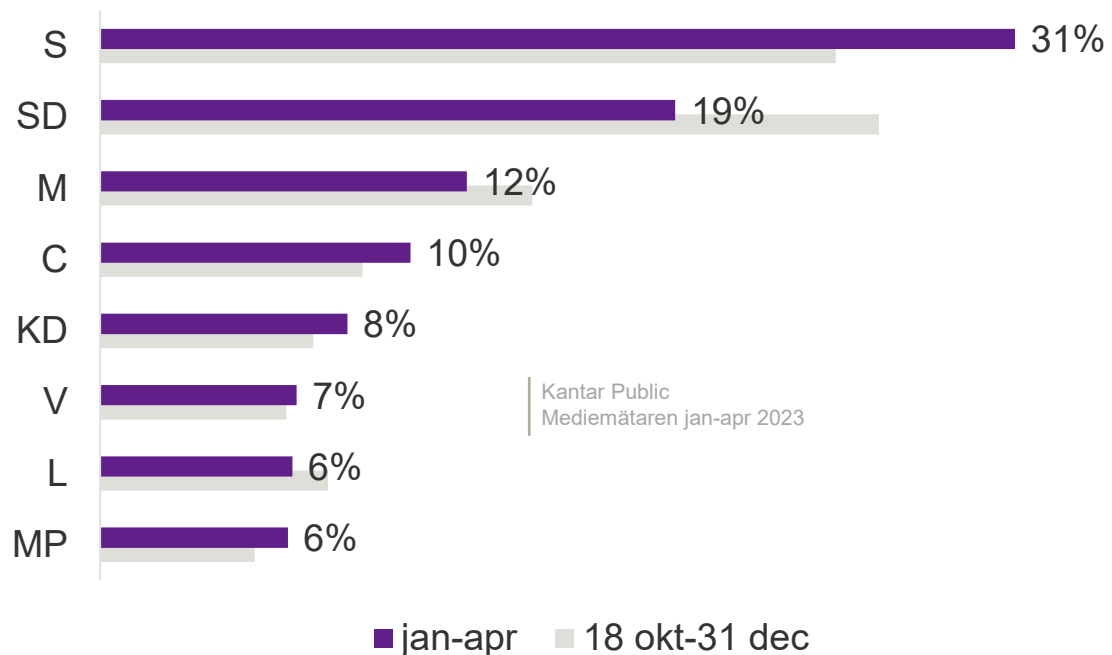
Ulla von Lochow

System- och processansvarig, medieanalys
+46 701 84 22 45
ulla.von.lochow@kantar.com

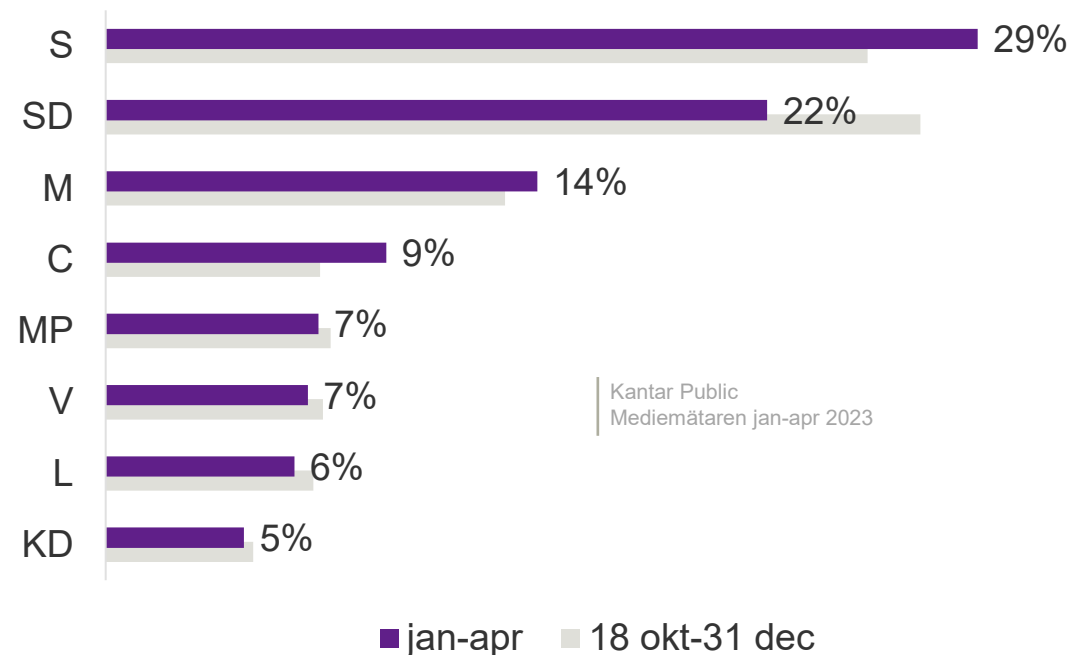
För dig som inte
kan få nog

Partiernas synlighet i nyhetsmedier vs sociala medier och poddar

Partierna i nyhetsmedier

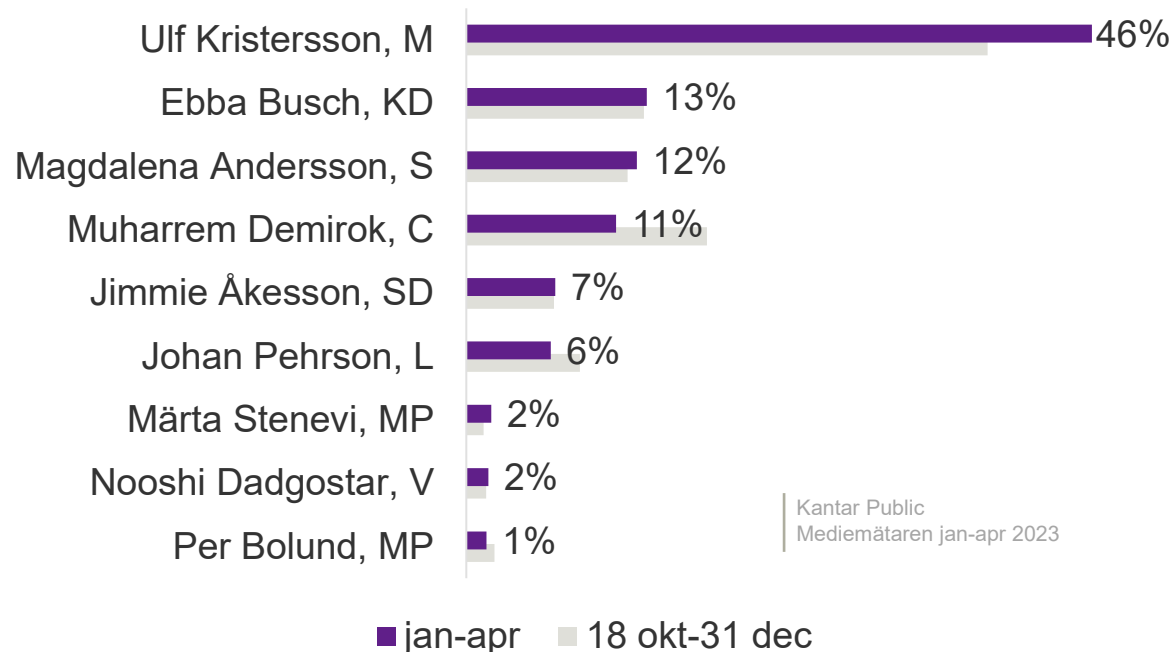


Partierna i sociala medier och poddar

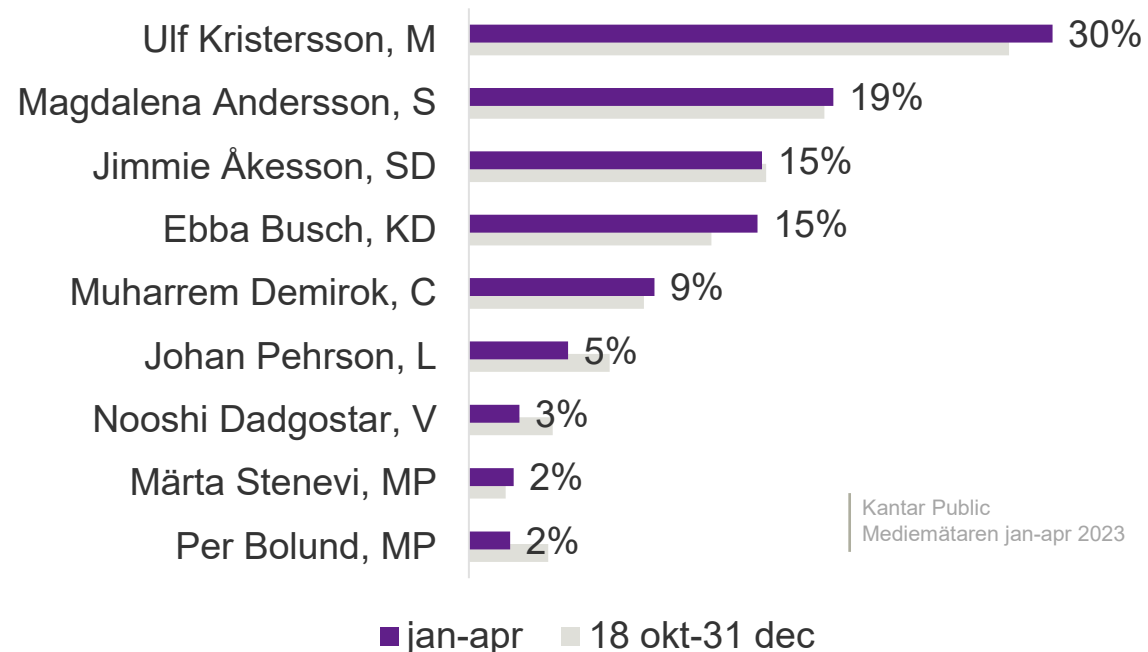


Partiledarnas synlighet i nyhetsmedier vs sociala medier och poddar

Partiledarna i nyhetsmedier

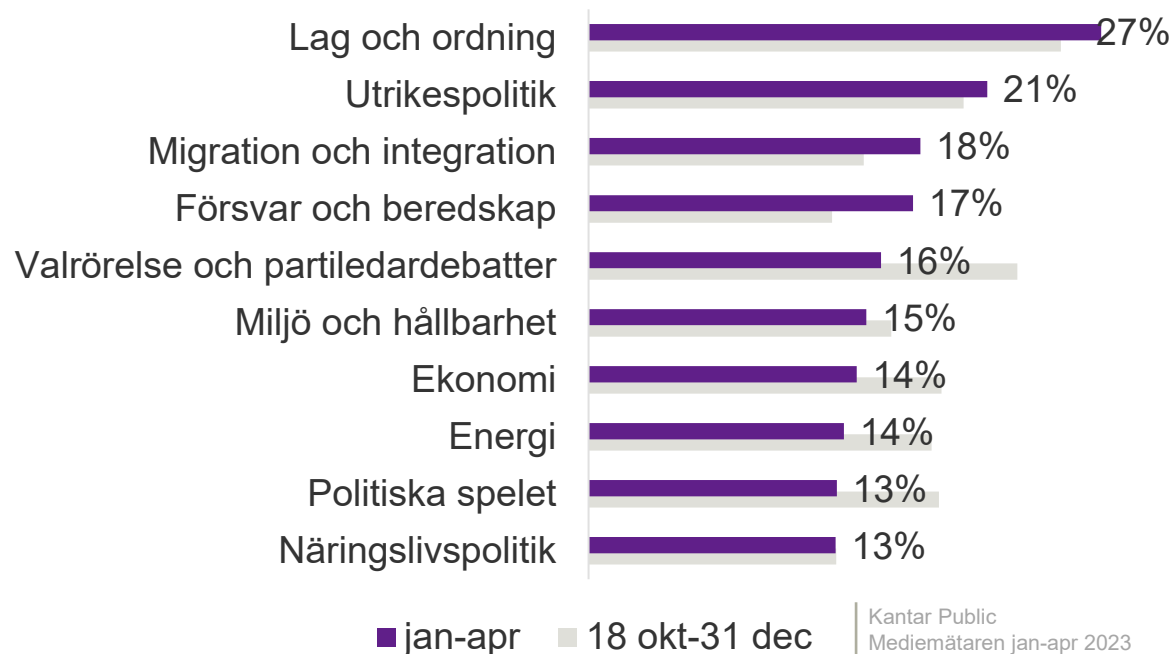


Partiledarna i sociala medier och poddar

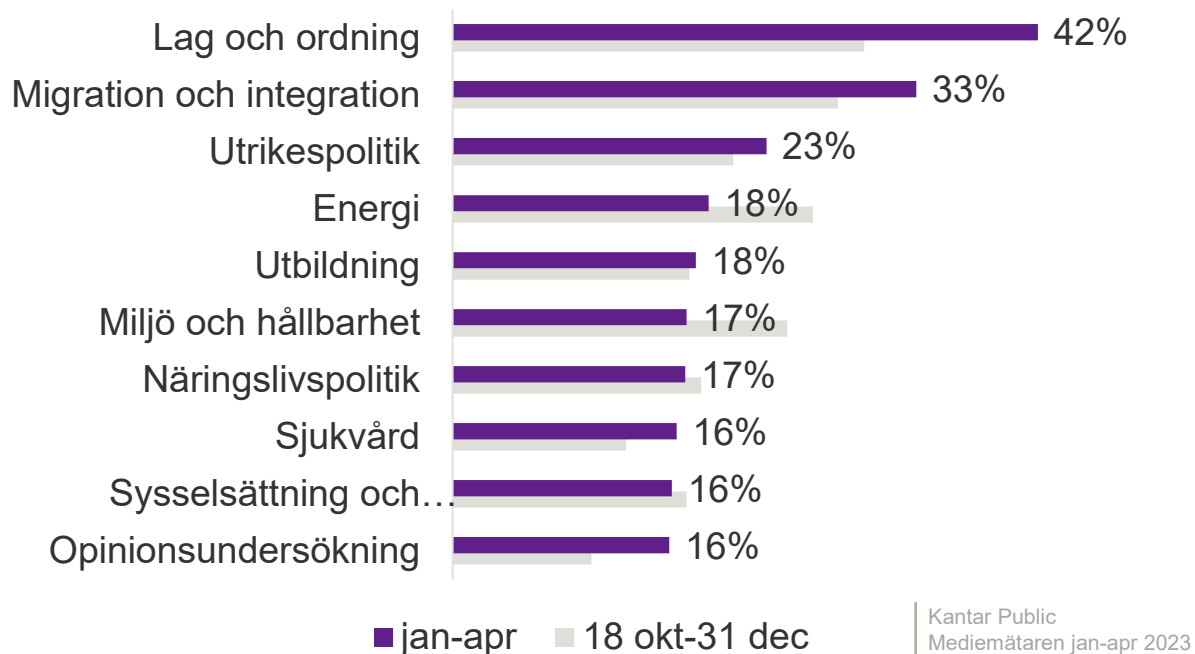


Ämnens synlighet i nyhetsmedier vs sociala medier och poddar

Ämnen i nyhetsmedier



Ämnen i sociala medier och poddar



De tio största sakfrågorna i media och hur de rankats över tid

	2021				2022					2023
	jan-mar	apr-jul	aug-sep	okt-dec	jan-mar	apr-jul	1 aug-11 sep	12 sep-17 okt	18 okt-31 dec	januari – april
Lag och ordning	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1
Migration och integration	3	2	5	4	5	4	2	2	4	2
Utrikespolitik	4	7	8	9	1	3	6	3	3	3
Försvar och beredskap	16	20	17	21	2	2	12	9	11	4
Miljö och hållbarhet	5	9	3	2	3	5	5	5	5	5
Energi	5	9	3	2	3	5	3	6	2	6
Näringslivspolitik	8	10	10	10	11	11	11	10	7	7
Utbildning	7	6	6	6	7	7	4	4	9	8
Ekonomi	6	5	2	3	8	6	7	7	6	9
Sysselsättning och arbetsmarknad	9	8	7	7	12	8	9	8	8	10

Kantar Public
Mediemätaren jan-apr 2023

Siffrorna avser hur framträdande sakfrågan var i den politiska debatten i media. Från augusti 2022 redovisas Energi och Miljö och hållbarhet separat. Siffrorna för perioden innan avser när dessa ämnen var sammanslagna.

Fem i topp: största sakfrågorna per kanal

Rank	Tidningar och nyhetssajter	Radio	Tv	Poddar	Facebook	Twitter	YouTube
1	Lag och ordning	Lag och ordning	Lag och ordning	Lag och ordning	Lag och ordning	Lag och ordning	Lag och ordning
2	Migration och integration	Utrikespolitik	Försvar och beredskap	Utrikespolitik	Migration och integration	Migration och integration	Migration och integration
3	Utrikespolitik	Försvar och beredskap	Utrikespolitik	Migration och integration	Utrikespolitik	Energi	Sjukvård
4	Utbildning	Energi	Migration och integration	Försvar och beredskap	Utbildning	Utrikespolitik	Välfärd och socialförsäkring
5	Näringslivspolitik	EU och EMU	Ekonomi	Miljö och hållbarhet	Näringslivspolitik	Försvar och beredskap	Kultur och media

Kantar Public
Mediemätaren jan-apr 2023

Siffrorna avser hur framträdande sakfrågan var i den politiska debatten i media.

Några av de mest spridda artiklarna på Facebook

Datum	Källa	Rubrik	URL
25 apr	aftonbladet.se	Murhaf, 12, har sålt rekordmånga majblommor	https://www.aftonbladet.se/svenskahjaltar/a/abyKGM/majblomman-2023-murhaf-hamids-rekordforsaljning
25 apr	svt.se	Murhaf i Glimåkra har sålt majblommor för 1,6 miljoner kronor	https://www.svt.se/nyheter/lokalt/skane/murhaf-i-glimakra-har-salt-majblommor-for-1-6-miljoner-kronor
03 apr	expressen.se	M: Utred dem som åker till sitt hemland på semester	https://expressen.se/nyheter/m-utred-dem-som-aker-till-sitt-hemland-pa-semester/
23 feb	aftonbladet.se	Kjell Bergqvist fyller 70: Förhoppningsvis får jag hänga med ett tag till	https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/a/zExL29/kjell-bergqvist-70-ar-vill-inte-ha-kvinnomisshandlare-eller-narkomaner-vid-fikabordet
16 apr	expressen.se	Ska Carola alltså hålla käft om verkligheten?	https://expressen.se/ledare/hanif-bali/ska-carola-alltsa-halla-kaft-om-verkligheten/
11 mar	nyheteridag.se	Anders Lindberg rasar när Chang Frick vill ordna böneutrop utanför hans hem	https://nyheteridag.se/anders-lindberg-rasar-nar-chang-frick-vill-ordna-boneutrop-utanfor-hans-hem/
03 mar	expressen.se	Alla skällde på SD sen kom snippa-domen	https://expressen.se/ledare/hanif-bali/alla-skallde-pa-sd-sen--kom-snip-pa-domen/
31 mar	expressen.se	Äldreomsorgen är inte till för arbetslösa migranter	https://expressen.se/debatt/aldreomsorgen-ar-inte-till-for-arbetslosa-migranter/
23 jan	aftonbladet.se	Hur kan vi tillåta att ekonomin styrs av en riggad marknad?	https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/zE4W6v/cervenka-ekonomi-styrs-av-en-riggad-marknad-hur-kan-vi-tillata-det
23 feb	samnytt.se	Feminist från Vänsterpartiet kallade kvinna för horfitta och våldtog henne döms	https://samnytt.se/feminist-fran-vansterpartiet-kallade-kvinna-for-horfitta-och-valdtog-henne-doms

Baserat på interaktioner (delningar, kommentarer och likes)

Några av de mest spridda inläggen på Twitter

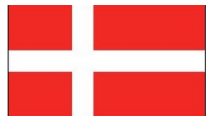
Datum	Källa	Rubrik	URL
22 jan	Aftonbladet Debatt	Världen över hör vi protester mot mullornas förtryck i Iran. Men från svenska regeringen råder tystnad. En tystnad som de inte får exportera till EU under tiden som ordförande...	https://twitter.com/68667032/status/1617161133084884994
18 mar	Alireza Akhondi	I torsdags beslutade en majoritet (C, S, V, Mp och SD) i EU-nämnden, alltså riksdagens kontrollstation för EU-frågor att Sverige ska verka inom EU för en terrorklassning av...	https://twitter.com/254086746/status/1636903657055633408
13 jan	Ebba Busch	Precis kommit hem. Försökt läsa ikapp media. Det som inte täcks av all internationell media och det som inte handlar om den enskilt största fyndigheten av REE i Europa vi berättade...	https://twitter.com/1407151866/status/1614020498148544547
14 jan	Ewan Gelius	Tänk att vara helt tyst när Ann Linde bar slöja i Iran men skrika högt när Ebba Busch hade vinterjacka i Kiruna.	https://twitter.com/1393739705016102916/status/1614177159752425476
07 mar	Susanna Silfverskiöld	Magdalena Andersson beklagar sig över att få 10 500 kr i elstöd och säger att hon ska skänka pengarna, medan hon varje månad utöver sin riksdagslön på 71 500 kr också kräver...	https://twitter.com/2181108850/status/1633010316949741568
03 mar	Hanif Bali	Jomshof anklagades för att sätta rättsstaten i gungning efter att han kritiserade en dom. Nu när sossar petar nämndemannadomare och hela riksdagspartier rasar mot en...	https://twitter.com/104778698/status/1631712187008929793
28 apr	Henrik Jönsson	Regeringen slaktar socialdemokraternas oetiska lotto-kassako. Detta är en moralisk, ekonomisk och kulturell seger för Sveriges demokrati!	https://twitter.com/45328592/status/1651851187140845568
03 apr	Moderaterna	Om man åker på semester till sitt hemland, trots att man har fått skydd här på grund av en hotbild i det landet, så finns anledning att se över om allt gått rätt till när tillståndet beviljats.	https://twitter.com/19226961/status/1642912558528045056
21 feb	Susanna Silfverskiöld	Vet ni vad jag läser i Kristianstadsbladet? Att Magdalena Andersson utöver sin riksdagslön på 71 500 kr också har valt att begära avgångsersättning på 112 500 skattekrönor varje månad...	https://twitter.com/2181108850/status/1628029188518158337

Baserat på interaktioner (delningar, kommentarer och likes)

Borttagen röd dag skapar stora politiska protester i Danmark

En jämförelse mellan den politiska debatten i Danmark och Sverige

Politikmonitor: danska Mediemätaren



Låt oss avsluta denna rapport med att vidga perspektiven och jämföra den svenska politiska debatten i media med den danska.

Våra kollegor på Kantar Public i Danmark gör också en Mediemätare, **Politikmonitor**.

Tre gånger om året sammanställer vi hur danska partier och partiledare syns i media samt vilka sakfrågor som är i fokus av debatten. Till höger ser vi vilka frågor som dominerade i Danmark jämfört med Sverige.

1. Försvars- och utrikespolitik
2. Miljö och hållbarhet
3. Arbetsmarknad, pension och sociala förmåner
4. Lag och ordning
5. Sjukvård
6. EU
7. Barn, skola och familjer
8. Energi
9. Näringslivspolitik
10. Kultur och media



1. Lag och ordning
2. Migration och integration
3. Utrikespolitik
4. Utbildning
5. Näringslivspolitik
6. Sysselsättning och arbetsmarknad
7. Miljö och hållbarhet
8. Energi
9. Ekonomi
10. EU och EMU

Vill du veta mer?

Läs hela rapporten [här](#) eller prata med vår kollega:



Søren Langelykke

Chef for omdømme, PR og Public Affairs
+45 61273834
soeren.langelykke@kantar.com

Danska Politikmonitors och svenska Mediemätarens största sakfrågor. Observera att det finns en viss skillnad i kategoriseringen av sakfrågor samt att medieurvalet är något olika. I Danmark ingår de största rikstäckande och regionala nätmedierna. Den svenska topplistan bygger på ett riksurval av nyhetssajter och dagstidningar, vilket är så snarlikt det danska medieurvalet som vi kan komma.

PS. Vi byter snart namn

Vi som lyssnar på allmänheten och samtalet i medierna heter just nu Kantar Public men vi har också hetat Sifo. **Inom en snar framtid byter vi namn.** Följ gärna med oss in i framtiden, redan nu.

Om du vill vänta till i sommar, finns vi på **Almedalsveckan** i Visby med ett fullmatat program och ett helt nytt namn.

Inom kort lär du dessutom se oss på tv: Efter nästan fem decennier av gott samarbete med Svenska Dagbladet och Göteborgs-Posten, blir det **SVT som publicerar vår väljarbarometer från juni och framåt.**

1954

Svenska Institutet För
Opinionsundersökningar AB

- Sifo
 - Svenska Gallupinstitutet
- Sifo Research & Consulting
 - IMU
 - Testologen
 - Infratest Burke
- Sifo Research International
 - TNS Gallup
 - TNS Sifo
 - Kantar Sifo



- DIMAP
- Sofres
- Gallup
- Taylor Nelson
- Nipo
- BRMB
- IMRB
- Ibope
- Obop

2023

Kantar Public

???